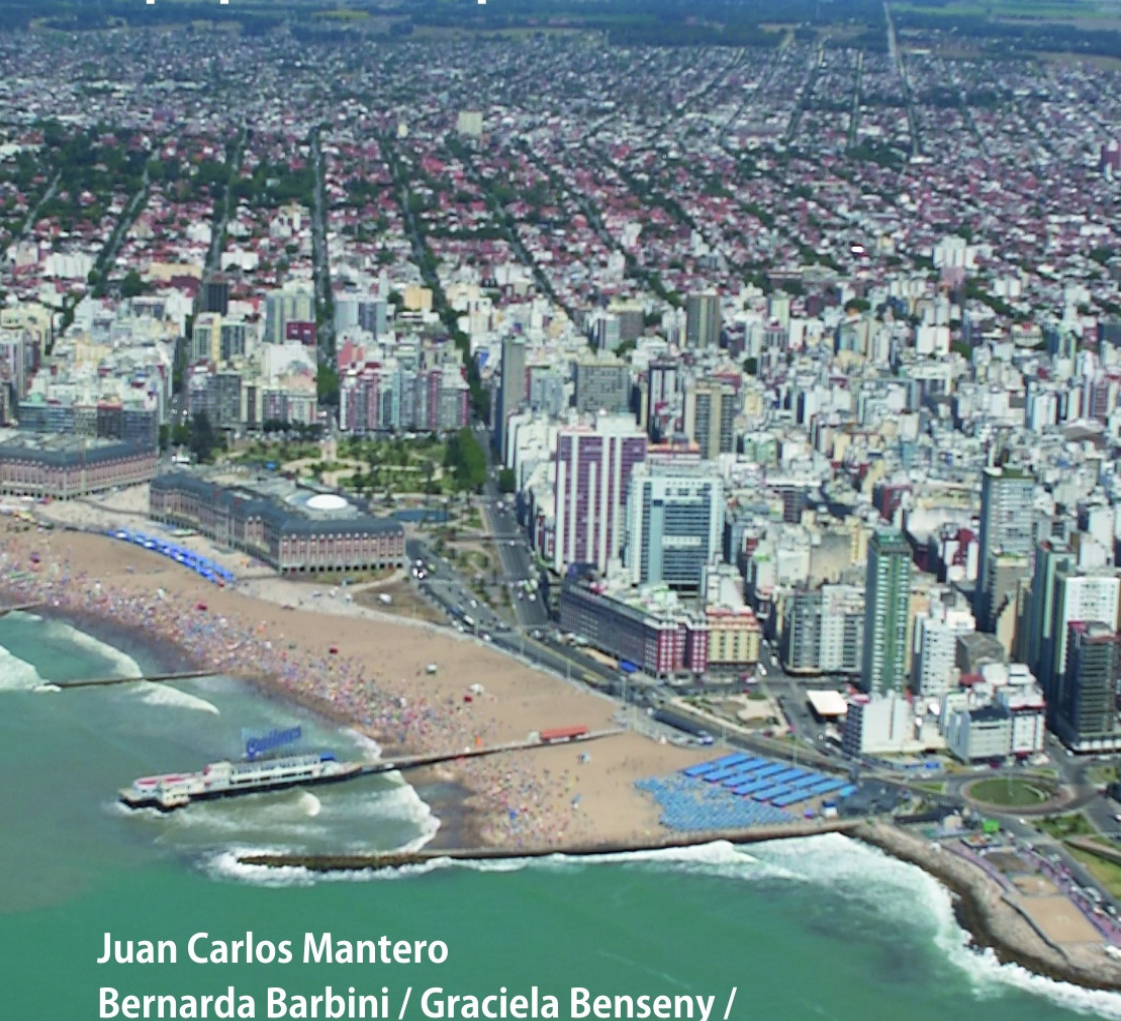


Turismo y Territorio

**Del diagnóstico
a la proposición de desarrollo turístico
a propósito de la provincia de Buenos Aires.**



Juan Carlos Mantero

Bernarda Barbini / Graciela Benseny /

Daniela Castellucci / Ricardo Dosso / Cristina Varisco

ISBN 978-987-544-354-9

DIMENSIÓN SOCIO - CULTURAL: ACTIVIDAD TURÍSTICA Y CAPITAL SOCIAL LOCAL

A propósito de Tandil y Villa Gesell

Mg. Bernarda Barbini

1. Introducción

El estudio integral del turismo y sus posibles aportes al desarrollo local plantea el reto de reflexionar sobre la diversidad de dimensiones involucradas en la relación, así como también las formas concretas que éste debiera asumir para dejar huellas reales en los territorios locales.

La práctica turística se asocia en general, a un conjunto de actividades económicas vinculadas a la prestación de servicios necesarios para llevarla a cabo, implicando la intervención de un conjunto de agentes económicos que tendrán una participación determinante en la definición de las modalidades en que el turismo se lleve a cabo, en función de sus intereses particulares. De esta manera, como una forma de consumo más, la actividad estará sujeta a las reglas imperantes del mercado.

Por tal motivo, el aporte del turismo al desarrollo local, será más efectivo, cuanto más endógena sea la lógica económica y cultural de las modalidades turísticas en cuestión. Esta endogeneidad estará dada por la intervención de agentes económicos y actores sociales locales en el diseño de proyectos de desarrollo turístico, lo que permitirá controlar las fugas y gene-

rar mayores conexiones con las sociedades locales.

Desde esta perspectiva, evaluar la posibilidad de potenciar proyectos de desarrollo turístico colectivos y participativos en espacios locales, presupone identificar claramente a los agentes del desarrollo presentes en el tejido social, ya que serán éstos los que den forma concreta y operacional al cambio. Así, el tipo de cultura de desarrollo presente en los lugares estudiados, será en gran medida definitoria en el éxito de las propuestas de desarrollo turístico.

2. Turismo y desarrollo: condicionantes económicos y sociales

Desde el punto de vista económico, el turismo se entiende como *“..todas aquellas operaciones de producción y comercialización de bienes y servicios, que se generan como resultado de la actividad turística (realización de viajes y desplazamientos de carácter turístico)”* (Pérez Palomo, 1998:47). Sin embargo, en el marco del modo de producción capitalista, esta actividad adquiere características específicas por la propiedad privada del espacio productivo y su mercantilización.

Es por ello que no puede dejar de verse que los tipos de consumo del ocio y de uso del suelo resultantes de este modo de producción se hallan enmarcados en un tipo específico de formación social, generando un espacio social y un modelo turístico resultantes, donde el uso social que se realice en cada caso, se vinculará con procesos históricos y relaciones económicas y sociales de poder, y dependerá de los sectores con capacidad de intervención en cada territorio.

“En este contexto, el espacio turístico asume una función productiva por el hecho de tratarse del consumo de recursos in situ que precisan de toda una serie de servicios para que dicho uso-consumo pueda hacerse efectivo.” (Sanchez, 1998:108) Así,

el espacio de ocio propiamente dicho será un espacio no mercantilizado, mientras que el espacio complementario será el que tenga un papel económico como medio de producción directo. En su movilización, estarán las bases para el establecimiento de relaciones económicas en un sector de actividad económica.

Asimismo, el espacio turístico es un ámbito donde existe competencia y conflicto por su funcionalización. Por este motivo, es necesario considerar en cada caso los distintos grupos de agentes involucrados de acuerdo a su origen, funciones e intereses, ya que los agentes económicos directos atribuyen al territorio turístico, el papel de medio de producción, configurando un sistema productivo sobre un espacio circundante al espacio de consumo turístico e interviniendo también como agentes productores de ese espacio.

Existe además el riesgo de que capitales extralocales pasen a controlar el desarrollo turístico y a apropiarse del excedente generado en los lugares por la incorporación del nuevo sistema productivo, produciendo espacios con inversiones exógenas, carentes de preferencia y pertenencia por la comunidad local.

Desde otra dimensión de análisis, también puede observarse que los nuevos procesos sociales ejercen un efecto de masificación sobre las prácticas culturales en general y sobre el turismo en particular. En este contexto, la práctica turística se halla sometida a una estandarización que supone un indirecto, y por ello eficaz, condicionamiento donde las necesidades son creadas externamente.

Como consecuencia de ello, las personas resuelven sus necesidades de ocio en el mercadoturístico, siendo su poder adquisitivo el aspecto que más condiciona sus experiencias recreativas. El consumo se manifiesta así como una referencia cultural, como una ética, como un modo de conducta. Los sectores que participan de él están envueltos por valores y perspectivas afi-

nes. De este modo, las vacaciones y los viajes de turismo forman parte de un mismo imaginario colectivo y las diferentes clases, pueden aproximarse compartiendo los mismos gustos, las mismas inclinaciones, circulando en un espacio de expectativas comunes.

Esta forma estereotipada e impuesta de consumo turístico amenaza con sustituir el descubrimiento de lo propio y único de cada lugar. *“El consumo, que es el gran fundamentalismo de estos días, acaba presidiendo todo, inclusive el ocio, lo que es causa y consecuencia de curiosidad domada, de descubrimiento industrializado, de ocio controlado, regimentado, normativizado, monitoreado, mediocrizado...”* (Santos, 2000:33)

Asimismo, el carácter objetivamente masificado y manipulado del ocio en general y del turismo en particular, no es derivado únicamente de la dimensión económica; además tiende a conformar culturalmente y consolidar lo establecido, influyendo en la homogeneidad de expectativas, preferencias y prácticas de los turistas que privilegian el consumo; así como en las disposiciones y actitudes de los residentes, primando la expectativa económica por sobre la experiencia de intercambio socio-cultural.

3. Turismo y desarrollo: una construcción social

Es así como puede afirmarse que el contexto económico y cultural actual es influyente respecto de las presiones que ejerce sobre los modelos turísticos, por lo cual el desarrollo local basado en expresiones turísticas diferentes, dependerá de un trabajo de construcción material y simbólica de agentes económicos y actores sociales y de una aproximación a la dimensión pública, a través de la participación.

En este sentido, cabe consignar que las expresiones económicas y culturales de esta sociedad no son siempre formas de

organización impuestas. Existen también prácticas de creación que, en los territorios locales, pueden ser fuentes de desarrollo al generar ocupación, contribuyendo a amenizar los efectos de las crisis de las economías locales.

Al modificarse las condiciones de empleo y desempleo, se pueden crear o potenciar nuevas actividades a escala local, incluidas las turísticas, que pasen a constituir un fenómeno mixto, al participar como sector de la economía y ser manifestación de cultura, “*oponiendo y reuniendo cultura de masas y cultura singular, mundo y lugar, mercado y vida*”. (Santos, 2000:35)

Desde esta perspectiva, se pueden pensar nuevas soluciones al problema del desarrollo local, basadas en las nociones de territorio, vida cotidiana y cultura. “*Gente junta que crea trabajo. Gente reunida productora de economía, creando, conjuntamente, economía y cultura. [] ...manifestaciones genuinas, representativas, auténticas. Es aquí donde se encuentra la riqueza de la improvisación.*” (Santos, 2000:35)

En el caso de los territorios objeto de análisis, los espacios locales tendrán mayor o menor posibilidad de ser, lugares vividos, calificados, nombrados, producidos por las prácticas cotidianas. Será la práctica de los actores locales, con actividades, percepciones, memoria, símbolos, la que podrá calificar y localizar los espacios turísticos, creando nuevos lugares diferentes a los tradicionalmente proyectados.

Sin embargo, la construcción de nuevos espacios turísticos, deberá realizarse desde la perspectiva del desarrollo endógeno, *que implica capacidad de transformar el sistema socioeconómico, habilidad para reaccionar a los desafíos externos, promoción de un aprendizaje social, y habilidad para introducir formas de regulación social en el ámbito local, todo ello supone cierta habilidad para innovar en el ámbito local.*

Desde este enfoque, el desarrollo turístico, para dejar huellas reales en las localidades estudiadas, deberá contener la condición de endogeneidad en diferentes planos interrelacionados:

- en el plano económico, mediante la apropiación y reinversión de parte del excedente a fin de diversificar la economía regional -local,
- en el plano cultural, presentándose como una matriz o tejido generador de identidad y dinámica socioterritorial,
- en el plano político, por la capacidad para tomar las decisiones relevantes con relación a diferentes opciones de desarrollo, la capacidad de diseñar y ejecutar políticas de desarrollo y la capacidad de negociar. (Boisier,1993)

Es decir que *“Un desarrollo que no promueve y fortalece confianzas, reconocimientos y sentidos colectivos, carece en el corto plazo de una sociedad que lo sustente. Entonces la viabilidad y éxito de un programa de desarrollo dependerá del grado en que las personas perciban ese programa como un escenario en que su subjetividad colectiva es reconocida y fortalecida”*. (Guell,1999:67) Las personas y su subjetividad serán entonces, un requisito indispensable del desarrollo, por lo que reconocerla permitirá potenciar la capacidad para manejar los procesos locales.

4. Subjetividad social y aspectos simbólicos-culturales del desarrollo

La importancia del abordaje de la dimensión subjetiva para el análisis de los procesos de producción y reproducción social se menciona en toda la teoría social contemporánea. Si, por ejemplo, tomamos el planteo de A. Giddens, veremos que intenta resolver el dilema de la relación entre acción humana y

estructura social, donde no se tratará de afirmar la existencia de un sujeto constituido como fundamento de la historia sino de hacer intervenir a los actores sociales, los cuales no pueden ser pensados al margen del sistema en que están inscritos.

Este autor, se aparta de las definiciones que identifican la realidad como externa a la acción social. Sin negar que esta estructura pueda tener la capacidad de restringir la acción, admite y subraya también su función habilitadora. Por lo tanto, no existiría una realidad local dada, preexistente, ajena a la actividad de los actores, como tampoco una acción subjetiva, inteligible unilateralmente. A partir de que se postula esa dualidad, se sostiene la idea de que estructura y acción están inscritas en procesos de estructuración y no sometidas a dinámicas causales excluyentes. Así, los actores locales del desarrollo turístico sólo podrán ser entendidos si se los ubica como parte de esa dualidad.

Tal interpretación, implica admitir que la realidad de los lugares estudiados resultará de un proceso realizado y compuesto por el proceder de los sujetos activos. En su condición de actores, los individuos recrearán y/o crearán las condiciones que hagan posibles sus acciones, dentro de los límites que supone la estructura, y al mismo tiempo, la estructura se reproducirá a través de una serie de sucesivas prácticas sociales situadas contextualmente.

Por lo tanto, se puede decir que existirá una estrecha relación entre la conciencia de los sujetos, sus prácticas y la estructura social local, visualizada en términos de reglas y recursos. El carácter recursivo sus acciones, como prácticas sociales desplegadas en un espacio y en un tiempo determinado, implicará que los actores desarrollen una serie de destrezas en la coordinación de su conducta, donde la intervención del carácter reflexivo de su entendimiento tiene un peso decisivo.

Así, las estrategias empleadas por los actores en las diversas situaciones de los sitios objeto de estudio, podrán reproducir las necesidades o crear nuevas posibilidades incluidas las turísticas, contribuyendo a la definición de nuevas situaciones. Al producirse una acción, se producirán también los contextos donde transcurre la vida social, ya que las acciones desplegadas por los actores locales tendrán un doble carácter, siendo tanto constituidas como constituyentes de los procesos sociales.

Si los cambios sociales son producto de las estrategias de los actores, se desprende que la clave para su entendimiento está en la forma en que dichos actores realizan esa producción y reproducción de la vida social, donde la referencia a la producción implica necesariamente el señalarla, a la vez, como reproducción, ya que las reglas intervienen en las prácticas sociales mientras que éstas estructuran los sistemas sociales.

Desde esta perspectiva, se entiende la realidad social como una obra producida por la acción de quienes participan en ella, lo que implica un ejercicio de reflexividad, es decir, un registro de la acción por parte de los actores con intencionalidad, racionalidad y control sobre sus actividades y los contextos físicos y sociales en que se inscriben éstas.

La parte subjetiva se convierte así, en parte integrante del proceso de comprensión y explicación de la realidad local, dando respuesta a interrogantes tales como: de qué manera significan o interpretan los actores la localidad, su gente, el desarrollo turístico y la participación?, cómo perciben su experiencia colectiva en relación con estas temáticas?, se ven así mismos como actores del desarrollo turístico?, etc; a fin de detectar los casos en que emerjan actores con capacidad crítica, organizados en torno a valores cualitativos compartidos, que participen en los asuntos de interés local y busquen incidir a través de nuevas formas de organización.

Esta iniciativa se torna fundamental, ya que no es posible responder a las problemáticas locales, ni revertir sus causas, sin transformar el sistema de conocimiento, valores y comportamientos que conforman la racionalidad social que los genera. *“En este sentido, la organización y asentamiento de una comunidad en un espacio dado, fragua en un tipo de paisaje que es tomado a su vez como referente territorial para la identidad del grupo. La mirada desde ese lugar concreto se convierte en un referente sobre como entender el resto y representa un potencial a la hora de articular las medidas de desarrollo futuras de una región”.* (Capella,2003)

Así, se plantea una revisión de las formas de abordar los estudios de potencialidad turística, donde ya no se pondrá el énfasis en los aspectos físicos que definen los lugares, sino en la representación que el colectivo hace de ellos, así como el papel que asume. En una sociedad que enfatiza la imagen y el símbolo, lo local es definidor de identidad y desde allí deben analizarse los procesos de revitalización y de puesta en valor turístico ya que de nada servirá invertir en la recreación de un patrimonio que no tiene sentido para sus habitantes.

Al realizar este tipo de abordaje, de cada espacio local emanará un sentido común, una imagen colectiva y una concepción del mundo, dando significado a los lugares y representando su pasado, su presente y su futuro, sus problemas y posibles soluciones. Estas representaciones jugarán un papel de ideas-guía para la comunidad y se manifestarán en actuaciones concretas, denotando mayor o menor apertura hacia el exterior, hacia las interrelaciones, préstamos y adaptaciones en contacto con el otro; todas ellas cuestiones fundamentales a la hora de pensar en el desarrollo turístico.

También se torna necesario conocer este sentido común local, porque tiene un doble efecto: por un lado refuerza la legi-

timidad de quienes lo utilizan y por otro, desarrolla un campo de consentimiento social para la acción. Su efecto político no es tangencial o residual sino estratégico, ya que contribuye al funcionamiento político de las localidades, a la articulación colectiva de problemas y sus respuestas y al mantenimiento de una relativa homogeneidad discursiva entre los habitantes de un espacio común.

Esta homogeneidad discursiva, reflejará un modelo de representación colectiva compartido por los distintos sectores de la comunidad y un sentido común local para su articulación interna y para la determinación de los enclaves relevantes. Habrá entonces, un sentido social del espacio que justifique la intervención y las modificaciones sobre el mismo en pos del desarrollo turístico.

Conocer este sentido social será fundamental, ya que el éxito de cualquier propuesta de cambio sobre el espacio local basada en el turismo, descansará en su aceptación y uso por parte de la sociedad local, no sólo por los grupos interesados en su valor de cambio, sino también por aquellos que consideran su valor de uso.

5. Espacio, lugar y valorización turística del territorio

La sociedad tiene una dimensión espacial y el espacio una dimensión social, pues si se asume que toda realidad social es producto de comunicaciones significativas y que algo ocurre cuando tiene lugar -es decir, cuando ha existido tiempo en el espacio-, resulta inevitable que todo lugar es lugar para alguien y que ese alguien no puede existir fuera de algún lugar.

El espacio como lugar, en tanto sitio significativo es reconocido, diferenciado y apropiado por los actores locales, con el propósito de transformarse en el ámbito específico donde se

efectúa la comunicación con sentido. Así la comunicación de significados compartidos requerirá de la distinción del espacio como el lugar propio de esa comunicación. De este modo, los actores generarán espacios donde cierto tipo de comunicaciones tendrán sentido o, por el contrario, resultarán fuera de lugar.

El tiempo y el espacio son dos ejes que permiten comprender la realidad social en la medida que permiten situar físicamente los objetos y otorgarles permanencia. Sin embargo, esta distinción es analítica ya que uno y otro pierden sentido cuando se expresan independientemente, es decir el espacio no surge sin cuerpos que lo definan, como tampoco sin la presencia sujetos que signifiquen sus límites de extensión.

El espacio entonces, no posee únicamente una connotación física, pues como realidad, requiere ser vivido por alguien. Sólo se puede conocer el espacio o los atributos del mismo mediante la experiencia, y la imagen que los sujetos se hacen de él corresponde a un espacio percibido con el que cada sociedad se identifica. Esto también implica una dimensión temporal, pues sólo el tiempo hace posible la organización de percepciones y el surgimiento de consensos colectivos en torno a ciertos significados asignados al espacio.

Debido a esta doble realidad física y humana del espacio frecuentemente diversos autores prefieren emplear el concepto de lugar para enfatizar la interpenetración entre lo físico y lo social. En otras palabras, es cuando el espacio adquiere significación. Lugar es entonces tiempo en el espacio, que implica un proceso de lugarización a partir de la experiencia y la asignación de significado.

La organización del espacio, posee un regularidad particular, porque está relacionada sistemáticamente con la cultura de los grupos, de manera tal que lo que distingue un medio ambiente de otro es la naturaleza de las reglas codificadas.

Además, los significados atribuidos al espacio no sólo son experimentados por sujetos aislados; también tienden a organizarse en experiencias comunes, pues tienen como marco un determinado contexto cultural que influye en sus formas de pensar, actuar y sentir. Y esto es porque todo grupo social genera pautas de comunicación para intercambiar significados, sin los cuales sería imposible la generación de normas, el sentido de pertenencia y la integración social.

La expresión simbólica, que es la conceptualización y la configuración del espacio en forma particular por cada cultura, más allá de su dinamismo, hará posible la estabilidad para los grupos sociales, y en consecuencia la identificación, imagen, pertenencia y asignación de valor.

Siguiendo este análisis, podemos decir que los lugares destinados al turismo suponen un proceso de valorización que apela a los actores privados, públicos o mixtos de un determinado territorio para tratar de destacar e identificar, a través de un proceso de valorización, organización y planificación territorial, los recursos, de facilitar el acceso a los mismos y de hacerlos comprensibles para los visitantes, con el fin de incrementar su valor de uso velando a la vez por su preservación.

En este marco, el desarrollo turístico no sólo resulta de las características naturales y culturales de los lugares, sino también de la atención que les prestan los actores locales y la capacidad de estos últimos de sustraerles los elementos significativos con el fin de garantizar sus distintos usos, entre los cuales se encuentra el uso turístico.

El proceso de valorización implica a menudo a distintos actores por lo cual puede facilitar la expresión y la coordinación de distintos intereses. Por consiguiente, los territorios objeto de este proceso refieren a conceptos e identidades territoriales diferentes en función del juego de los actores y de los públicos

que se han comprometido al respecto. A través de este proceso de valorización, el turismo genera sus propios lugares, espacios, códigos y lenguajes simbólicos.

Los turistas también participan de este proceso de valorización en la medida en que no sólo consumen el espacio sino también lo marcan a través de distintas formas de apropiación y una proyección de sentido. Por lo tanto, el turismo contribuye, a través de las múltiples representaciones que suscita, a la construcción de imágenes que pueden yuxtaponerse, asociarse o imponerse a los referentes identitarios de los territorios y las sociedades receptoras. De este modo la actividad turística que a veces es percibida como una fuerza exógena al territorio con efectos socioculturales, medioambientales y económicos negativos o positivos, también puede desempeñar un papel decisivo en la adecuación y la identidad de los territorios locales.

La valorización turística se ha convertido en una estrategia y un instrumento privilegiado del desarrollo territorial así como en un escaparate de la expresión identitaria de los territorios. Sus modalidades se han diversificado tanto por la implicación de los distintos actores como por los objetivos perseguidos y los medios desplegados para realizarlos.

La inclusión del turismo como manera e instrumento de valorización identitaria y territorial suscita numerosas preguntas. Algunas de estas preguntas tienen que ver con la noción de la valorización que adopta muchas formas: patrimonial, identitaria, comercial, otras están vinculadas con la implicación de las comunidades locales y con la medida en que se toman en cuenta o no sus costumbres y relaciones simbólicas con el entorno cultural y natural. Finalmente, otras preguntas refieren a la articulación entre planificación, valorización y gestión de las distintas incidencias que estas operaciones de valorización y desarrollo turístico generan.

La comprensión de los mecanismos y las iniciativas de valorización turística de los territorios suscitan tanto la cuestión de la identificación, la valorización y la preservación de los recursos naturales y socioculturales, como el debate sobre los recursos organizativos para la coordinación y organización de los actores (públicos, privados, mixtos) y las lógicas de planificación y organización territorial.

Los procesos de valorización turística se enmarcan en una perspectiva de desarrollo y atraktividad de un territorio. A través de una interacción coordinada de actores (públicos, mixtos o privados), se destacan determinados recursos naturales o culturales del territorio con el fin de generar nuevos usos, por ejemplo usos turísticos. En este marco, la naturaleza y la cultura constituyen instrumentos de valorización y son a la vez producto y motor del desarrollo de los territorios. La cuestión de la valorización refiere pues a relaciones establecidas entre los recursos culturales y naturales, los actores de su valorización y los territorios en los que estas iniciativas se llevan a cabo.

Las representaciones sociales y culturales de los territorios integran diversas estrategias de comunicación que al ser difundidas dan lugar a la creación de un universo imaginario coproducido, entre otros, por los prestadores de servicios turísticos, los turistas, la población local. De este modo, las percepciones en torno a los atractivos turísticos se diversifican y enriquecen, ampliando por esta misma vía, las concepciones del mundo de los actores involucrados. En este sentido, la puesta en valor de un territorio turístico entra en relación con las imágenes y representaciones del destino desde la perspectiva de los diversos actores, y toma en cuenta las diversas estrategias que integran la multiplicidad de representaciones del territorio en el momento de su difusión como destino.

Así, cabe preguntarse:

- cuál es el papel de los imaginarios en los procesos de valoración turística?,
- cómo se plantean las relaciones entre imaginarios e identidades en la gestión de los territorios turísticos?,
- cómo se construyen los imaginarios en un territorio que está en proceso de valoración turística?
- de qué manera influyen y cómo se integran los imaginarios socioculturales en las políticas, la planificación y la gestión de los destinos turísticos?
- qué fenómenos sociales pueden presentarse cuando los imaginarios de los diversos actores participantes en la valoración de un territorio turístico entran en contacto?
- cuál es el papel de la población local en los procesos de valoración turística?
- cuál ha sido el papel del sector público y empresarial en la inclusión de la población local en los procesos de desarrollo turístico en su territorio?
- como incide la intervención de los actores del nivel nacional en la gestión local de los territorios turísticos?
- como lograr una mejor integración de la población local en la gestión turística de un territorio para garantizar un mejoramiento de su calidad de vida?

6. Capital social: definición e indicadores a escala local

Según Durston (2002) el capital social es el contenido de ciertas relaciones y estructuras sociales, es decir, las actitudes de confianza que se dan en combinación con conductas de reciprocidad y cooperación. Ello constituye un capital en el sentido de que proporciona mayores beneficios a quienes establecen

este tipo particular de relaciones y que puede ser acumulado.

Esta definición, sitúa el concepto en el plano de las relaciones sociales, relacionándolo con el capital cultural y el capital humano o cognitivo. El capital social y el capital cultural, entendido como visiones del mundo, de los seres humanos y de las normas que deben guiar los comportamientos, se refuerzan y potencian mutuamente (algo que puede ocurrir entre todas las formas de capital mencionadas), aunque no siempre hay coincidencia entre los valores profesados y la conducta real.

Desde esta perspectiva, la confianza, la reciprocidad y la cooperación constituirán el contenido de las relaciones y de las instituciones sociales del capital social.

- la confianza

La confianza individual es una actitud que se basa en el comportamiento que se espera de la otra persona que participa en la relación que se establece entre ambas. Esta confianza tiene un soporte cultural en el principio de reciprocidad, y un soporte emocional, que es el afecto que sentimos hacia aquellas personas que creemos confiables y que nos dan muestras de su confianza hacia nosotros. Tal actitud se expresa en conductas reiteradas y reforzadas con expresiones que comunican esa confianza en discursos y en acciones de entrega del control sobre determinados bienes.

Confiar implica la disposición a entregar el control de bienes propios al otro. Sin embargo, cuanto mayor sea el valor de los bienes cuyo control se cede o comparte, mayor será el costo de oportunidad de seguir siendo confiable. Aumenta, por así decir, la tentación de traicionar la confianza depositada. Al vivir en un mundo de riesgos y amenazas, los individuos necesitan confiar en alguien, es decir, establecer relaciones de capital social.

- la reciprocidad

Es el principio fundamental que rige las relaciones institucionales formales e informales en una comunidad. En las sociedades premercantiles y en menor grado en las contemporáneas existe una lógica de intercambio (de objetos, ayuda, favores) diferente de la mercantil, aunque opera también en el ámbito del mercado y es signo de estar dispuesto a iniciar o mantener una relación social y, al mismo tiempo, supone de parte del receptor la obligación, culturalmente sancionada, de retribuir de alguna forma el obsequio.

En toda sociedad, las relaciones entre las personas se afianzan por medio de numerosas interacciones, que potencialmente se extenderán en el futuro. En las comunidades pequeñas, las relaciones tienden a darse entre las mismas personas y familias en todos los ámbitos y en todas las instituciones de la vida humana: religiosa, jurídica, política y económica.

- la cooperación

Se trata de una acción complementaria orientada al logro de los objetivos compartidos de un emprendimiento común. No debe confundirse con la colaboración, que es el intercambio de aportes entre aliados que tienen emprendimientos y objetivos diferentes aunque compatibles. La cooperación, junto con la confianza y los vínculos de reciprocidad, resulta de la interacción frecuente entre diversas estrategias individuales.

Las emociones, tienen importancia, en la medida en que los sentimientos de afecto, de seguridad y de pertenencia, por una parte, y de rabia, miedo y rechazo, por otra, surgen de las interacciones y las retroalimentan. Así podrán verse unos círculos viciosos en los cuales la desconfianza es confirmada por la agresión o el engaño, y que llevarán a rechazar la cooperación.

Sin embargo, también puede darse una dinámica virtuosa, que se activa cada vez que un gesto de amistad o de confianza es retribuido con un acto igualmente positivo o aún más positivo, con lo que se refuerzan los vínculos. Esto formará la dinámica por la cual se retroalimentan la reciprocidad, la confianza y la reciprocidad para la acumulación de capital social.

Las premisas fundacionales del concepto de capital social se formularon en su mayor parte durante la década de 1980. Muchas de ellas coinciden en dos aspectos: entienden el capital social como un recurso o una vía de acceso a recursos que, en combinación con otros factores, permite obtener beneficios a quienes lo poseen, y consideran al mismo tiempo que esta forma de capital reside en las relaciones sociales.

Coleman y Bourdieu son los dos de los autores que más tempranamente expresaron el concepto de capital social en una forma relativamente detallada y completa. Según Bourdieu (1985), el capital social es la suma de los recursos reales o potenciales ligados a la posesión de una red duradera de relaciones de reconocimiento mutuo más o menos institucionalizadas. Coleman (1990) propone algo parecido cuando afirma que los recursos socio-estructurales constituyen para el individuo un activo de capital y facilitan ciertas acciones de los individuos que están en esa estructura. Como otras formas de capital, dice Coleman, el capital social es productivo, y posibilita el logro de ciertos fines que no se alcanzarían en su ausencia.

Putnam (1993) considera que el capital social está constituido por aquellos elementos de las organizaciones sociales, como las redes, las normas y la confianza, que facilitan la acción y la cooperación para beneficio mutuo, pues, el trabajo en conjunto es más fácil en una comunidad que tiene un acervo abundante de capital social.

Portes (1998) lo califica de revisionista, porque a su juicio extiende en exceso el concepto original de capital social. En

definitiva, Putnam y Portes definieron el concepto de capital social sobre los cimientos establecidos por los autores de la década anterior, reelaborando y ampliado las ideas de sus antecesores.

En el plano económico, el capital social facilita las relaciones entre los agentes, no sólo las transacciones simples del mercado, sino también los grandes proyectos por ejemplo la creación de una empresa, que exigen que haya mucha confianza entre las partes asociadas.

También, la repetición de los gestos de reciprocidad y el recurso reiterado a las redes de actividad cívica vuelven más denso el tejido social, condición necesaria para la existencia de una sociedad civil fuerte ya que el capital social puede transferirse entre asociaciones y organizaciones de los más diversos tipos, y entre el ámbito económico, el político y el sociocultural. Además, las redes de cooperación que cruzan las divisiones sociales nutren la cooperación cívica amplia a nivel societal.

Por otra parte, la posibilidad de que se dé este proceso dependerá en buena medida de la trayectoria histórica seguida en cada caso (*path dependence*), en el sentido de que la existencia o ausencia de una tradición de capital social determina de manera importante si un grupo aprovechará o no las oportunidades de desarrollo que se le abren.

En un sentido más específico, conjunto de normas, redes y valores a través de los cuales las organizaciones y grupos influyen y/o acceden al poder y a los recursos, formulando y tomando decisiones; el capital social determina la manera en que los actores locales interactúan y cómo se organizan para generar crecimiento y desarrollo local.

La existencia de capital social a escala local implicará entonces:

- compartir la información, disminuyendo la inseguridad de los actores;
- coordinar actividades, creando redes sociales que ayuden a cambiar objetivos, buscando beneficios para el grupo más que para el individuo,
- tomar decisiones dentro de un marco formal/ informal, lo que facilita la imposición efectiva de acuerdos compartidos.

Por lo tanto, el tipo de capital social local definirá comportamientos facilitadores o limitadores del desarrollo turístico y el desarrollo local. Es por ello que el análisis del estado de ese capital social es un aspecto fundamental a tener en cuenta al evaluar el aporte del turismo al desarrollo integral de los espacios locales.

Desde esta perspectiva, las posibilidades de desarrollo turístico se analizarán a partir de la observación de aquellos aspectos de la cultura local que lo faciliten u obstaculizen, pudiendo constatare situaciones diferentes a través del análisis de la dinámica de las instituciones y sus formas de asociatividad; y de la imagen percibida por los actores sobre la localidad y su gente, el turismo y los turistas, la gestión local y la participación.

El análisis de la dinámica institucional será indicador de comunidad, preocupación por un destino común e interés por encontrar caminos deseables para el conjunto; en tanto que la importancia del análisis de la imagen percibida y los símbolos sobre los que se construye, brindarán información sobre los componentes de la realidad local, la visión del espacio, su modelo de articulación social, los problemas y las orientaciones que se consideran correctas para su transformación.

De esta manera, se definirán como mejor posicionados aquellos espacios locales donde se constate:

- valoración del turismo por parte de la comunidad y su vinculación con el desarrollo a escala local,
- consenso sobre aspectos como el tipo de turismo deseado y la necesidad de profesionalizar la actividad,
- dinámica en la asociatividad institucional y liderazgo del sector público o privado, con capacidad de convocar y movilizar a los diferentes agentes económicos y actores sociales locales,
- presencia de imágenes locales definidas, distintivas, consensuadas y dinámicas,
- pertenencia y preferencia por el espacio local y valorización del turismo como factor de desarrollo,
- participación en torno a las posibilidades de desarrollo turístico y existencia de diagnósticos locales sobre las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas que pudiera provocar el turismo,
- definición de orientaciones estratégicas claras y el diseño de objetivos y políticas de puesta en valor y desarrollo turístico,
- estrategias elaboradas sobre la base de la cooperación de actores públicos y privados, en un proceso capaz de generar confianza mutua y consensos básicos con relación al desarrollo turístico.
- Por el contrario los lugares con mayores restricciones para la puesta en valor y desarrollo turístico serán aquellos donde se observe:
 - indefinición del tipo de destino a generar o falta de concordancia entre el producto turístico que se intenta poner en valor y las posibilidades reales de los lugares,
 - falta conciencia turística, manifestada en indiferencia, apatía o ausencia de compromiso con la actividad,
 - disenso en la valoración del turismo como factor de desa-

rrollo por parte de la comunidad,

- ausencia de una visión clara sobre las posibilidades objetivas y el potencial turístico del espacio local,
- sentido de pertenencia caracterizado por actitudes poco permeables hacia exterior,
- imágenes locales no consensuadas o consensuadas pero estáticas y orientadas al pasado,
- definición del propio espacio local en relación a su cercanía con lugares de mayor dinamismo, donde la comunidad se encuentra en una constante referencia y preferencia hacia el afuera,
- ausencia de liderazgo y falta de vinculación intra e intersectorial en los sectores público y privado,
- carencia de innovación y dinamismo en el sector privado, así como de interés e iniciativa para realizar inversiones en torno al desarrollo turístico.

7. Metodología

De acuerdo al marco conceptual planteado y a partir de una muestra intencional, se realizaron entrevistas en profundidad a actores de las localidades de Tandil y Villa Gesell, representantes de las instituciones locales con mayor dinámica a escala local y con incidencia en el ámbito turístico.

En Tandil las instituciones seleccionadas fueron:

- Dirección de Turismo de Tandil
- Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías, Bares y Afines de Tandil
- Asociación de Guías de Turismo

- Cámara de Turismo
- Cámara Empresaria
- Asociación de Cabañas
- Multisectorial por las Sierras

En Villa Gesell las instituciones seleccionadas fueron:

- Asociación de Hoteles, Restaurantes, Confiterías y Afines
- Asociación de Martilleros
- Cámara de Concesionarios de Unidades Turísticas Fiscales
- Unión de Comercio e Industria de Villa Gesell
- Dirección de Turismo de villa Gesell
- Secretaría de Planeamiento, Área de Medio Ambiente, Municipalidad de Villa Gesell

8. TANDIL

8.1. Visión del espacio local

8.1.1. la definición

Tandil se describe como una ciudad de contradicciones y una constitución de gran firmeza. “... *todo grupo social toma de su entorno características que luego lo reflejarán de alguna manera, por eso nosotros tenemos contradicciones y la solidez que tiene la roca*”, sociedad que se reinventa, que siempre sale innovadora, “...*pero dentro de esa innovación tiene la misa de 11 y la vuelta del perro*”, “*aún con 130.000 habitantes mantiene un fuerte control social*”.

Se plantea que la construcción de la identidad local se encuentra directamente relacionada con el paisaje, teniéndose un gran respecto por el mismo “*la gente tiene conciencia de que*

hay que limitar las construcciones, y que por más que tengamos una historia de picapedreros maravillosa, hoy basta porque nos comen el recurso...”

Además, se plantea que la identidad local se ha conformado también con relación a la identidad productiva tradicional, vinculada con la actividad agropecuaria y metalúrgica donde, al entrar en crisis este último sector, se sientan las bases para el surgimiento del turismo, caracterizado por la existencia de capitales e inversiones locales, como complemento de las actividades económicas tradicionales.

En este sentido existe la percepción de que la ciudad se ha cambiado en forma positiva y que gracias al desarrollo de la actividad turística, ha crecido respecto de otras ciudades similares, donde “... *es fundamental la mixtura que tenemos en ganadería agricultura, lechería y a esto le agregamos la actividad del turismo, que es una alternativa válida*”.

También se destaca como un territorio con posición estratégica y lugar de referencia dentro de la Provincia Buenos Aires siendo una sociedad que tiene conciencia de que puede prestar servicios de diferente tipo no sólo para ella misma; sino para el resto de la zona. En este sentido se valora el conocimiento y la presencia de la Universidad Nacional del Centro, “esto te cambia la cara en todo porque el campo del conocimiento, es más importante que el territorio, sin él no podés mantenerlo, ni transformarlo.”

Respecto de la ciudad y la valoración de sus lugares, cobra relevancia en el imaginario, el espacio público local, el paisaje, en especial las sierras; y la vida en la naturaleza, lo que se constata en expresiones como “...la imagen de Tandil es la entrada donde cruza el arroyo Tandileufú, se ven las vaquitas, los árboles de hojas caducas y las sierras”. Asimismo se destaca

la tranquilidad y la seguridad, como así también los encantos de la ciudad en sí misma.

8.1.2. la proyección

Tandil se describe como una ciudad con un futuro promisorio, donde, a partir de una visión anticipada de los problemas que podía generar la expansión descontrolada de la actividad turística; se ha podido regular con el objetivo principal de cuidar el recurso natural que al mismo tiempo es el producto turístico principal.

El desarrollo de la actividad turística se interpreta como una oportunidad de crecimiento y se asocia directamente con el desarrollo endógeno, ya que la gente que llega a radicarse con algún emprendimiento turístico “*apuesta a Tandil*”. Además, la modalidad turística que se buscó tener en Tandil permite su convivencia con el resto de las actividades económicas locales, garantizando su complementariedad.

8.1.3. los problemas

Respecto de la existencia de diagnósticos locales sobre las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas que pudiera provocar el turismo, se observa una preocupación por ampliar el producto Tandil. Por este motivo se decidió colocar una réplica de la Piedra Movediza para darle un valor agregado a la ciudad. Hay grupos que no están de acuerdo y otros piensan que debiera ponerse la original, aunque esto no se sabe si técnicamente es posible.

También se percibe como un problema importante el desarrollo de la actividad extractiva, la depredación que implica y el impacto de las explosiones, lo que genera vibraciones en los

vidrios, fisuras y problemas en los pozos de agua, además de deteriorar el principal recurso turístico de la ciudad.

Por último, se plantea que la seguridad no es la óptima, deficiencias en los accesos de las rutas 30, 29 y específicamente en el sector turístico, el problema de la construcción clandestina de cabañas.

8.2. Participación y asociatividad

Al analizar la dinámica de la participación y la asociatividad institucional, se observa el liderazgo del sector público y su capacidad de convocar y movilizar a los diferentes agentes económicos y actores sociales locales, así como también estrategias elaboradas sobre la base de la cooperación de actores públicos y privados, en un proceso capaz de generar confianza mutua y consensos básicos con relación al desarrollo turístico.

Desde el año 2005 se encuentra aprobado el Plan de Ordenamiento Territorial local, que comenzó diseñarse en el año 2000 y fue producto de un complejo diagnóstico que duró un año y medio, donde se realizaron muchísimas reuniones e intervinieron actores locales de diferentes sectores, al respecto se plantea que *“fue una jugada muy arriesgada, porque hay muchos intereses en juego, no te olvides que el turismo es uno de los principales generadores del producto bruto local”*. Este plan implica una fuerte regulación en los usos del suelo limitando los lugares, la cantidad y la calidad de las construcciones en el sector turístico de las sierras.

Al momento actual, se encuentran suspendida la construcción de cabañas en el sector serrano, hasta que no sea aprobado el Plan de Ordenamiento Territorial a nivel provincial, donde, según se prevé, se anexarán más condiciones y restricciones.

Específicamente en el sector turístico, como la mayoría han sido emprendimientos privados pequeños, *“hemos tratado de unirnos para hacernos un poco más fuertes, por eso desde este sector estamos bastante bien. Producto de esta unión es la creación del Instituto Mixto de Turismo que es el primero del país”*.

El Instituto Mixto de Turismo, creado bajo un importante apoyo técnico, tiene un Consejo Consultivo formado por el sector público, la Cámara de Turismo, la asociación de Cabañas, la Asociación de Guías, la Asociación de Hoteles, La Cámara Empresaria y la Cámara de la Pequeña y Mediana Industria, que tiene dos representantes por cada institución. De allí se elige un Comité Ejecutivo con tres representantes del sector privado y tres del sector público.

El dinero que debe surgir para comenzar a trabajar en el Instituto deriva de la aplicación de una tasa a la actividad turística que, al momento de realizar las entrevistas, se estaba definiendo a partir un trabajo inter e intrasectorial, con el asesoramiento técnico de la Universidad Nacional del Centro. Además, el Municipio pondrá exactamente el mismo dinero que se junte por la tasa, desde el sector privado.

Respecto de dinámica en la asociatividad institucional y liderazgo del sector público y privado, y su capacidad de generar innovaciones tecnológicas a escala local, se observa una fuerte articulación de la Universidad Nacional del Centro con la sociedad local y sus necesidades, y el impacto concreto en su desarrollo. Ejemplos de ello son: el Departamento de Metales de la Universidad desarrolla de procesos para las fundiciones de la industria metalmeccánica, los planos para el Area de Turismo Municipal son realizados por el Centro de Investigaciones Geográficas y respecto del Instituto Mixto de Turismo, el sector privado convocó a la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad para la elaboración de la tasa. *“Se va mucho a*

la Universidad porque se sabe que ahí hay un marco académico que está respaldando” y también “la Universidad baja bastante al plano de la realidad”

8.3. La gente

Los tandilenses se definen como personas participativas y solidarias, planteándose que existe una red asociativa formal e informal, como ejemplo de ello el banco de alimentos siempre tiene carne porque los productores se organizan espontáneamente para donarla y lo mismo ocurre con los productores de trigo con la harina; además de que en Tandil existen 270 ONG´s ya que *“si vos tenés un determinado nivel socioeconómico es importante que pertenezcas a una ONG, es como que está mal visto si ni hacés una devolución social”*.

Los tandilenses se definen como personas con una idiosincrasia particular, que aman el terruño y conforman grupos relativamente cerrados en proceso de apertura como consecuencia del turismo. Se dice que en ellos existe cada vez más una racionalidad que plantea que hay que mantener y desarrollar el turismo, percibiéndolo como algo necesario para mantener y mejorar la calidad de vida local, lo que se expresa en frases como *“...el tandilense ha mutado, era muy cerrado y mucha gente no quería el turismo, después por necesidad, le empezó a importar”*.

Cabe consignar que estas características de la población local, explican en parte la dinámica de la participación y la asociatividad descripta en el punto anterior y son indicadores claros de capital social.

8.4. Visión del turismo

Además de reconocerse como uno de los factores de ingresos más importantes de la ciudad y valorarse su efecto multiplicador sobre el resto de las actividades económicas locales; el

turismo en Tandil se define como espacio de descanso y relax, como la satisfacción de la necesidad de salir de la rutina que cada vez es más compleja y lleva a un stress mayor, por lo que debe ofrecerse al turista una mejor calidad en la atención.

También se afirma que existe un nuevo tipo de demanda a captar, requiriéndose de la diversificación de la oferta de actividades y lugares en función de un turismo basado en la naturaleza, lo que se constata en expresiones como “...*vienen por Tandil, la naturaleza, las sierras, la tranquilidad,*” o “...*es necesario desarrollar un frente amplio de propuestas, instalando la idea de que el turismo es un negocio de todos*”. Este tipo de turismo está orientado a segmentos de poder adquisitivo, considerándose que presenta una rentabilidad mayor que el turismo de masas.

Como efectos positivos del turismo se reconocen su efecto multiplicador y el impacto de la actividad sobre el crecimiento de la ciudad, ya que “*muchos viejos turistas son nuevos residentes.*” lo que implica la compra de grandes terrenos y la realización de importantes inversiones.

Respecto de los efectos negativos, se plantea como un problema en tratamiento, el desarrollo tan rápido y espontáneo que ha tenido la actividad, con el riesgo de saturación del espacio y de deterioro del recurso convocante, en este sentido “...*el tandilense dice hasta cuándo vamos a crecer? “acá basta, no más de seis pisos, no en esta zona”.*”

Cabe destacar la diversidad de dimensiones contempladas en la definición del turismo, donde no sólo se reconoce su importancia como actividad económica, sino que se resaltan sus aspectos sociales, ambientales y culturales. Esta concepción tiende a propiciar un desarrollo turístico sustentable en todos los sentidos y por ende favorecer un vínculo entre desarrollo turístico y desarrollo local.

9. VILLA GESELL

9.1. Visión del espacio local

9.1.1. la definición

Villa Gesell es reconocida como una localidad, netamente turística, nacida con ese aspecto y que va creciendo en ese aspecto; inclusiva, ya que integra a los distintos sectores etéreos y económicos en su oferta turística, y una ciudad que permite a la persona el regreso al origen, ideal para vivir en contacto con el entorno, el mar, la arena, el viento y el aire puro, pero que a su vez proporciona medios de vida. Cuando se habla de cuidar el ambiente, se habla de cuidar esas cosas que hacen a la calidad de vida de las personas.

Villa Gesell se reconoce también como un lugar culturalmente significativo porque *“...es una aventura hecha realidad y eso caracteriza a muchos de los que vivimos acá, en la forma de ser, en el espíritu emprendedor. Carlos Gesell vino y era todo médano, había que consolidar los médanos, dejó la ciudad y sus negocios por un emprendimiento totalmente nuevo, pionero y en este sentido esto nos influye al desafío constante para que la ciudad vaya creciendo”*.

Más allá de los sitios tradicionalmente valorados por residentes y turistas, como el mar, la arena, el bosque y la Avenida 3 como lugar de recreación; existen otros lugares significativos de la ciudad, que se vinculan directamente con el espíritu de su fundador Carlos Gesell, quien con una visión bastante naturalista en su forma de ver las cosas, realizó los emplazamientos y las forestaciones que hoy definen sitios emblemáticos de la ciudad como La Usina y la Reserva Pinar Norte. En estos lugares se están desarrollando acciones de puesta en valor para recuperar las construcciones históricas y diseñar un plan de manejo, con el objetivo de presentarlo como un parque urbano protegido y manejado.

9.1.2 la proyección

La localidad se percibe con un futuro promisorio, que se viene asegurando desde años atrás. Por ejemplo, pensando en este futuro se contempló una reserva de 5757 hectáreas, la reserva del Faro Querandí, y también otra en el norte de la localidad de 8 hectáreas, pero la primera se transformó y se va a transformar a medida que pasen los años en el pulmón de manzana de toda la costa, “ *...porque cuanto más se edifique en la costa, más necesaria va a ser esta reserva, para oxigenar todo lo que se está construyendo. Entonces Villa Gesell tiene un futuro cierto, el que invierta en aquí sabe que dentro de 100 años, sus nietos van a tener terrenos bien cotizados porque van a tener su pulmón de manzana*”.

“Villa Gesell tomó parte de su territorio y dijo no....esto se lo regalamos a la naturaleza y tenemos la reserva dunícola más grande del mundo, esto es maravilloso, con eso vamos a poder enfrentar los problemas de erosión ”.

9.1.3. los problemas

Villa Gesell fue distrito a partir del año 1979, creándose un Municipio que “*no tiene territorio, “ a 4 Km se termina Villa Gesell, es un distrito que es a lo largo y no tiene territorialidad*”. Por ello, no tiene posibilidades de tener ingresos por ganadería, agricultura, pesca o actividad industrial, dependiendo directamente el desarrollo local del desarrollo turístico.

Por ello, la localidad sufrió con mayor impacto la fuga de turistas a Brasil aprovechando el cambio político y económico del año 2001. Esta situación se pudo sustituir con esfuerzo y gracias a que se encontraban vigentes ciertas ordenanzas locales, que en la ciudad se respetan como ley.

En un momento, se percibió que el empuje urbanístico inmobiliario estaba trastocando y modificando el proyecto inicial del fundador con una ambición económica desmedida, sin embargo los turistas que venían buscaban ciertas cosas diferentes a Mar del Plata, naturaleza. Estas cosas se fueron planteando y modificando, ahora los actores políticos y las instituciones, se plantean por dónde pasa realmente el eje económico de la ciudad.

De allí que se identificaron problemas de desarrollo y sustentabilidad, imponiéndose una amplia regulación. Se hizo una modificación en el código de agua y se planteó a futuro un mayor desarrollo de otros balnearios, los lotes a futuro no van a ser menores con otro tipo de infraestructura.

A futuro se detectan inconvenientes con el escurrimiento de los pluviales en la pendiente natural hacia el mar, la apertura de calles la rotura del cardume dunícola, la pérdida de agua dulce al mar y la erosión que eso produce. Algunos de estos problemas se están tratando con la recomposición de la ante duna, la recarga natural de arena de la playa y las restricciones para edificar en altura sobre los límites de playa.

9.2. Participación y asociatividad

Al analizar la dinámica de la participación y la asociatividad institucional, se observa el liderazgo del sector público y su capacidad de convocar y movilizar a los diferentes agentes económicos y actores sociales locales, así como también estrategias elaboradas sobre la base de la cooperación de actores públicos y privados, en un proceso capaz de generar confianza mutua y consensos básicos con relación al desarrollo turístico. Un ejemplo de ello es la aplicación de una tasa turística, donde los actores más directamente relacionados con la actividad aportan en forma diferenciada una suma exclusivamente para la promoción turística.

También se constata la definición de orientaciones claras y el diseño de objetivos y políticas de puesta en valor y desarrollo turístico, ya que según plantean los actores entrevistados, este consenso se generó con políticas, diseñadas por cinco instituciones: Concesionarios de Playa, Comercio e Industria, los Martilleros, la Cooperativa Eléctrica y la Asociación de Hoteles que, junto con el Secretario de Turismo, forman la Comisión Municipal de Turismo, decidiendo en qué se va a gastar el dinero, donde se va a promocionar la ciudad, dónde se hacen los workshop, si se concurre o no a todas las de ferias de turismo, etc.

La pertenencia y preferencia por el espacio local se denota al observar que por cada medidor de luz, los residentes pagan un peso para seguridad, un peso para la federación de cooperadoras escolares y un porcentaje para el hospital público, para los bomberos y para la biblioteca modelo. Este peso que se paga por medidor de luz, implica 36.000 pesos por mes y como consecuencia de ello Villa Gesell tiene el hospital más importante de la región y se cobra una importante coparticipación federal gracias a que el hospital modelo atiende enfermos de toda la región.

En el Concejo Deliberante, se da una situación interesante en relación a la dinámica de la participación local y la generación de acuerdos básicos. Todo lo realizado en las instituciones del sector privado más representativas y vinculadas al turismo, se presenta al Concejo Deliberante, comenzando de esta forma el debate sobre los distintos temas de la agenda local. Luego, las distintas comisiones encargadas de tratar los temas, llaman y participan a estas instituciones que discuten con los concejales, luego se sancionan o rechazan ordenanzas, pero lo importante es que las inquietudes tiene un cauce. Además todas las sesiones del Concejos Deliberante se televisan y toda la comunidad las ve, entonces la gente sabe que se está tratando y tiene una opinión formada.

Por otra parte, desde el área de Medio Ambiente del sector público local se desarrollan diferentes proyectos y programas que son claros ejemplos de participación, asociatividad y concertación, y contribuyen a la realización de diagnósticos locales sobre las fortalezas y debilidades del lugar, así como también las oportunidades y amenazas que pudiera provocar el turismo.

El Programa de Gestión Ambiental en relación con otras áreas del Municipio, pretende tener una idea de desarrollo sustentable en el manejo de los recursos locales.

Dentro de este programa, y respecto de los recursos agua y arena, el objetivo fue tener una visión sustentable para el frente costero, por lo que se requirió el soporte técnico de tres universidades, la Universidad Nacional de Mar del Plata, la Universidad de Buenos Aires y la Universidad Nacional de La Plata, en de las cátedras de Geología de Costas. También se trabaja en forma coincidente y paralela con la Provincia que tiene vigente la Ley de Costas, con una serie de ideas que tienen que ver con una visión del ecosistema de mar integrado a la costa.

En este contexto de diseño un Manual de Directrices, basado en la ISO 42.100 que es una norma IRAM para concesiones de playa de bajo impacto, playas blandas como la de Villa Gesell, que se está replicando en distintos lugares del país

De allí surgió el Plan de Manejo Costero, que propone una reestructuración de los balnearios que consiste básicamente en retirar obra dura de la playa, realizando construcciones de madera elevadas sobre pilotes para que pueda circular la arena y se comience a formar el médano atrás, con un sector de gastronomía, sanitarios, baños para discapacitados, y rampa. Además, se eliminan las canchas de paddle y las piletas de natación.

Desde hace ocho años se venía trabajando en esta reconver-

sión, y luego, a partir de definición de conceptos y convicciones, y de decisión política fundada sobre un soporte científico técnico que es considerado clave; se pudo concretar el proyecto. La reestructuración se está realizando de manera gradual, pero las licitaciones deben realizarse con estas características.

El cuidado del ambiente se interpreta como “... una cuestión técnica, que tiene connotaciones humanas y espirituales, pero que bueno, el manejo de los recursos, cómo administrar el agua, cuánto y cómo sacarla, todo eso tiene que ver con saber explotar el recurso.”

“Desde el pequeño pueblo surgió una humilde propuesta de manejo costero, que lo que pretendió fue recomponer el lugar para la persona, para el individuo”, lo se percibe como una experiencia revolucionaria “... para vivirla y participarla, donde intervienen cuestiones políticas, porque se dijo: obra dura en la playa no y hubo que sacarla.... hay que comprometerse con las ideas y todo lo que significa consensuar, discutir, pelear”.

Además, el tema de los residuos también es un objetivo de máxima en la agenda local, el área de Medio Ambiente se encuentra trabajando en ello. Aún no se pudo ejecutar la planta de seleccionado, pero se está trabando con concientización.

También existe preocupación por regular el manejo forestal urbano, hay mucha masa forestal en el partido y hay una ordenanza que regula el arbolado, *“si vos querés sacar un árbol, tenés que solicitar un permiso, se ve, se evalúa, se informa...”*

Respecto de la participación en torno a las posibilidades de desarrollo turístico y existencia de diagnósticos locales sobre las fortalezas y debilidades, oportunidades y amenazas que pudiera provocar el turismo, cabe destacar la realización de un Acuerdo Marco donde instituciones representativas de la ciudad como la Unión de Comercio, la Asociación de Hoteles, la

Cámara de Concesionarios de Playas y los Martilleros; reconocieron que los recursos naturales son la base de la oferta turística de Villa Gesell. “Esto marca un principio que plantea que la ambición económica no sería el objetivo de máxima sino que tiene que pasar por este filtro primero.” Percibiéndose como “...algo maravilloso, el eje económico de la ciudad reconoció que los recursos naturales eran la base de la oferta turística”.

A partir de este acuerdo, se socializó un discurso con estos actores que es algo importante ya que no son organizaciones barriales con fines altruistas sino instituciones con fines de lucro.

“Si no reconocen a su ciudad, cómo está compuesta su oferta y de que se trata, y si no la vamos a defender, a regular o a trabajar, no tendremos futuro...”

9.3.La gente

La comunidad de Villa Gesell se define como “...una comunidad organizada, solidaria, abierta y fraterna” “...con esa característica, de ver las cosas como un desafío, siempre para adelante”, además de tener una expresión muy rica respecto de lo artístico y lo cultural. Estos aspectos, se perciben como lo más importante que tiene el lugar: su gente. En este sentido, se plantea que las personas participan y discuten los problemas locales y sus posibles soluciones, donde la validez de la palabra, todavía es importante.

Además, se plantea que “...*el gesellino tiende a tener una relación muy particular con el entorno... tiene ese perfil que le gusta lo agreste*” es por ello que para los habitantes “...*la cuestión ambiental pasó de ser un tema lírico a un problema real donde hasta el prestador de servicios es cuidador del producto*”.

Cabe consignar que estas características de la población local, explican en parte la dinámica de la participación y la asociatividad descripta en el punto anterior y son indicadores claros de capital social.

9.4. Visión del turismo

Si bien se reconoce que el turismo es el eje económico de la ciudad, el mismo es definido también como “...una necesidad que tiene que ver con la dignidad y con la salud, tan esencial como la dignidad del trabajo, como una “...*empresa ecológica, donde la vedette es la calidad del servicio que debe estar en equilibrio, es decir que su calidad no debe deteriorar el ambiente natural, el recurso.*” También como “....*una oportunidad para conocer otra gente, dialogar con otra gente y otras culturas*”.

Respecto de la percepción sobre sus efectos, se plantea que si bien “...*el volumen de personas que de un día para el otro llegan a la ciudad es un impacto, la ciudad está preparada para recibirlos por lo menos en lo habitacional y en infraestructura*”, además de que, “*el impacto ambiental está estudiado y anticipado con las regulaciones y las reservas que tenemos*”.

Cabe destacar la diversidad de dimensiones contempladas en la definición del turismo, donde no sólo se reconoce su importancia como actividad económica, sino que se resaltan sus aspectos sociales, ambientales y culturales. Esta concepción tiende a propiciar un desarrollo turístico sustentable en todos los sentidos y por ende favorecer en vínculo entre desarrollo turístico y desarrollo local.

10. Conclusión

A partir de lo desarrollado hasta aquí, puede concluirse que el desarrollo turístico de Tandil y Villa Gesell depende del trabajo de construcción simbólica y material de sus actores locales. Desde esta perspectiva, las personas y su subjetividad son un requisito indispensable del desarrollo y reconocerla significa potenciar la capacidad para manejar los procesos de desarrollo turístico local.

Al indagar sobre los distintos componentes del capital social en estas dos localidades, se observa que su devenir se encuentra altamente condicionado por la capacidad de construcción sus comunidades, cobrando importancia una dinámica que va de lo de cultural a lo económico, donde la identidad local se revela y descubre posibilidades al impulsar procesos de desarrollo localmente controlados.

Esta posibilidad depende a su vez de la construcción de una imagen local que resalte las particularidades locales en cada caso, a partir de la construcción de un modelo de identificación proyectado sobre el futuro más que sobre un reconocimiento del pasado, convirtiéndose en una pieza clave para el entendimiento, no sólo de los niveles de identificación sino del funcionamiento económico y político de los espacios locales.

Más allá de las obvias diferencias entre estas dos localidades, que pueden plantearse en sus orígenes, escalas y modalidades turísticas de interior y litoral; el sentido social que se le otorga al espacio local y su gente, el significado que se le atribuye al paisaje natural, compuesto en un caso por las sierras, y en el otro por las dunas, el mar y la playa, y las justificaciones sobre su manejo y forma de intervención y modificación; son claros indicadores de capital social.

Si se observa además, la dinámica de la asociatividad, la existencia de proyectos comunes, el manejo de la información sobre los problemas locales y la capacidad de generar consensos para su solución, se constata; la existencia de dos comunidades que, aunque diferentes, denotan pertenencia y preferencia por su lugar;

Cabe destacar que en los dos casos se observa la valorización del turismo como factor de desarrollo y un alto grado de consenso respecto al tipo de turismo deseado y la necesidad de regular la actividad, proponiendo un manejo sustentable de los recursos naturales y considerando a la naturaleza como la base principal de producto turístico.

En este sentido, cobra relevancia una visión del turismo que contempla diversidad de dimensiones involucradas, es decir que no sólo se lo considera como una actividad lucrativa, sino como una necesidad, una experiencia que hace a la calidad de vida de las personas. Es por ello que en su puesta en valor y en desarrollo, interviene la lógica de la sustentabilidad en sentido amplio.

En ambos lugares se observa la existencia de un diagnóstico sobre las fortalezas y debilidades, así como de las oportunidades y amenazas que puede provocar el turismo, ya que se tiene clara conciencia de los problemas, instalándose el debate y generándose consensos acerca de sus posibles soluciones.

BIBLIOGRAFÍA

Bertoncello, R. (2002): Turismo y Territorio. Otras prácticas, otras miradas. Aportes y Transferencias, año 6, vol.2. CIT, FCEyS, UNMDP.

Boisier, S., Lira, L., Quiroga, B., Zurita, G., Rojas, C.(1995): Sociedad civil, actores sociales y desarrollo regional. ILPES. Documento de trabajo, serie investigación, Chile.

Boisier, S. (1997): El vuelo de una cometa. Una metáfora para una teoría del desarrollo territorial. Revista Eure, N.69, PUC/I.E.U, Santiago de Chile.

Boisier, S. (2001): Desarrollo (local) ¿De qué estamos hablando? Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. A. Vázquez Barquero y O. Madoery (comp.), Ed. Homo Sapiens. Rosario, Argentina.

Bourdieu, P. (2000) Cosas Dichas. Gedisa. Barcelona.

Bourdieu, P. (1985) The forms of Capital. Handbook of theory and research for the sociology of education. Richardson (comp.) New York. Greenwood.

Capella, H. (2003) Dossier de Lecturas. Curso de posgrado Territorio y Cultura. Departamento de Geografía, UNS. Inédito.

Coleman, J. (1990) Foundations of Social Theory. Cambridge. Massachusetts.

Durston, J. (2002) Capital social campesino en la gestión del desarrollo rural. Díadas, equipos, puentes y escaleras. Ed. CEPAL.

García Canclini, N.(1990): Ciudadanos y consumidores. Conflictos multiculturales de la globalización. Ed. Grijalbo, México.

Giddens, A. (1995): La constitución de la sociedad. Bases para la teoría de la estructuración. Bs. As. Amorrortu.

Giddens, A. (1995): Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad contemporánea. Madrid. Península.

Guell,P(1999): Subjetividad Social y Desarrollo Humano. Mimeo.

Kliksberg, B., Tomassini, L. compiladores (2000) Capital Social y Cultura: claves estratégicas para el desarrollo. Fondo de Cultura Económica. México.

Kliksberg, B. complilador (2005) La agenda ética pendiente para América Latina. Fondo de Cultura Económica. México.

Organización Mundial del Turismo (2003): Informe sobre Reunión de Alto Nivel sobre Turismo y Desarrollo en los PMA.

Pérez Palomo, S.(1998): La aportación del turismo al desarrollo económico de los países en vías de desarrollo. Estudios Turísticos, n. 136.

Potes, A. (1998): Social Capital: its origins and applications in modern sociology. Annual Review of Sociology. Vol. 24, n.1.

Putman, R. (2000): Bowling alone: the collapse and revival of american community. Simon. New York.

Salvá, S.; Aguiló, E.; Picornell, C.(1994): El turismo en el desarrollo regional: aportaciones y riesgos. En Territorios en transformación. Análisis y propuestas. Fondo Europeo de Desarrollo Regional – Consejo Superior de Investigaciones Científicas.

Sánchez, J.,E.(1985): Por una geografía del turismo de litoral. Una aproximación metodológica. Estudios Territoriales, n. 17. Barcelona.

Santos, M. (2000): Lazer popular e geração de empregos. World Leisure Association: Leisure in a globalized society: inclusion or exclusion? Ed. WRLA.

Vazquez Varquero y G. Garófoli (eds.) Desarrollo económico local en Europa. Colegio de Economistas de Madrid. Colección Economistas Libros, Madrid, España.

Vázquez Barquero y Madoery comp.(2001)Transformaciones globales, instituciones y políticas de desarrollo local. Ed. Homo Sapiens.